

На правах рукописи

Черняк Елена Федоровна

**Организационно-педагогические условия
оптимизации технологического процесса
функционирования связей с общественностью
учреждений культуры малых городов**

13.00.05 – теория, методика и организация
социально-культурной деятельности

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Москва 2009

Диссертация выполнена на кафедре социально-культурной деятельности Кемеровского государственного университета культуры и искусств

Научный руководитель: доктор педагогических наук, профессор
Кудрина Екатерина Леонидовна

Официальные оппоненты: доктор педагогических наук, профессор
Бутов Александр Юрьевич

кандидат педагогических наук
Хусейнов Равиль Алиевич

Ведущая организация: Тамбовский государственный
университет им. Г. Р. Державина

Защита состоится «27» мая 2009 г. в 12.30. часов на заседании диссертационного совета Д 210.010.02 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Московском государственном университете культуры и искусств по адресу: 141406, Московская область, г. Химки, ул. Библиотечная, д. 7, корпус 2, зал защиты диссертаций.

С авторефератом и диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Московского государственного университета культуры и искусств.

Автореферат размещен на сайте www.mguc.org

Автореферат разослан «16» апреля 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор педагогических наук, профессор

 Т.К. Солодухина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Развитие средств массовых коммуникаций и появление новых информационных технологий превращают общественные связи в наиболее ценный продукт социально-экономических, социально-политических, социально-культурных отношений.

Возрастает интерес ученых и практиков к изучению и освоению расширяющегося информационного пространства, которое способствует органичному и эффективному развитию социально-культурной деятельности. Наличие более развитых информационных технологий позволяет не только создавать новую культурную информацию, но и активно развивать и использовать в социально-культурной деятельности коммуникативные технологии и устойчивые общественные связи.

В этих условиях главным ресурсом адаптации и развития общества, на наш взгляд, становится система общественных связей («публик рилейшнз» – связи с общественностью, «PR») – учреждений культуры малых городов с внешней и внутренней средой.

Для социально-культурной деятельности связи с общественностью – это средство, соединяющее рынок досуга, рекламную стратегию, интересы организаций и учреждений культуры, учебных заведений культуры и искусства в единую взаимодействующую систему.

Однако анализ показывает, что на практике не уделяется внимание созданию организационно-педагогических условий оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры. Поэтому востребована активность обмена информацией и ценностями как с целью поддержания и урегулирования отношений в социализации человека, культурного контроля масс для обеспечения равновесия социальных систем, так и удовлетворении духовных потребностей людей и их интересов, готовность к участию в жизни социума.

В малых городах успех деятельности учреждений культуры во многом зависит от своевременного установления связей с общественностью посредством широкого использования средств массовой информации (СМИ): прессы, радио, телевидения и т.д.

На наш взгляд, именно в малых городах PR-деятельность учреждений культуры необходимо строить на использовании современных технологий воздействия на человека и окружающую

среду, на установлении тесных взаимовыгодных контактов с пользователями и потребителями услуг учреждений культуры, их партнерами, государственными органами управления и общественными организациями.

Вместе с тем, для того чтобы оптимизировать процесс функционирования связей с общественностью, следует отчетливо представлять организационно-педагогические условия его внедрения в деятельность учреждений культуры малых городов.

Именно поэтому и возникает необходимость научного осмысления и оптимизации указанных процессов: их специфики, механизмов, форм, методов, приемов, т.е. всей технологической цепочки, обеспечивающей степень научной разработанности проблемы.

Степень разработанности проблемы. Исследование носит интегральный характер, так как связи с общественностью получили распространение по всей России. Вместе с тем, анализ отечественной и зарубежной литературы показал, исследование на данную тему не проводилось.

Степень изученности заявленной в диссертации темы формирует двойственную картину. С одной стороны, мы находим множество материалов, содержащих информацию по проблемам связей с общественностью, с другой – работ, данные которых имели бы отношение к исследуемому аспекту деятельности учреждений культуры малых городов и конкретно к организационно-педагогическим условиям их функционирования, крайне мало.

Следует отметить ряд исследований зарубежных авторов, посвященных истории, развитию, социальному функционированию и технологиям связей с общественностью. В первую очередь к ним относятся работы ученых из США, Великобритании, Франции, Италии и др., таких, как У.Ф. Арнс, С. Блэк, К.Л. Бове, К. Герберт, Д. Доти, Х.Д.Б. Кабреро, Ф. Котлер, М. Мескон, Р. Хейвуд и др.

Существующие исследования по связям с общественностью выдержаны в соответствии с тремя основными подходами: генетическим, теоретическим и прикладным (технологическим).

Генетический подход наиболее последовательно реализован в диссертационном исследовании А.Ф. Векслер, посвященном истории становления связей с общественностью, а также в работах Т.Ю. Лебедевой, сочетающих анализ доктрин и тенденций развития связей с общественностью во Франции, С. Блэка, Г.В. Иванченко и Г.Г.

Почепцова, характеризующих мировой опыт становления и развития PR-технологий.

Теоретический подход, раскрывающий сущность и структуру связей с общественностью, специфику их функционирования и социальное предназначение, доминирует в работах как зарубежных, так и отечественных авторов: С. Блэка, Е.А. Блажнова, В.Т. Ганжина, Дж. Грюнига, Л.Б. Невзлина, Т. Ханта, А.Н. Чумикова, А.М. Шишкиной, И.П. Яковлева и других. Дж. Грюниг и Т. Хант предложили технологическую схему, включающую четыре основных этапа в развитии связей с общественностью в следующих моделях: связи с общественностью как паблисити; связи с общественностью как информирование публики; связи с общественностью как двусторонняя асимметричная модель и связи с общественностью как двусторонняя симметричная модель.

Связи с общественностью изучаются в философском и культурологическом аспектах, которые дают целостную характеристику сущности и значения этой деятельности. В работах отражается и исследуется связь PR с феноменами массовой культуры, рекламы и другими современными формами культурной коммуникации (работы В.И. Козловского, Е.П. Титовой, А.Я. Флиера, В.М. Чижикова и др.).

Особое значение для нашего исследования имеют труды отечественных ученых И.В. Викентьева, В.Г. Королько, Т.В. Лебедевой, В.А. Моисеева, Г.Г. Почепцова, В.Е. Рева, А. П. Ситникова, Е.А. Уткина, А.Н. Чумикова, М.А. Шишкиной, И.П. Яковлева, а также зарубежных авторов Э. Бернейза, Д. Бурстина, Дж. Джеймса, В. Плэтта, в которых исследованы научные основы, методология и практика связей с общественностью.

Представляют интерес работы авторов, в которых раскрываются актуальные аспекты развития и анализа новых тенденций в области связей с общественностью, процесс профессионального формирования личности в области коммуникаций: И.В. Алешиной, Т.В. Астаховой, Е.А. Блажнова, А.Ю. Борисова, А.Ф. Векслер, В.В. Моисеевой, Л.Б. Невзлина, Е.А. Ножина, Е.Н. Пашенцева, И.М. Синяевой, а также зарубежных авторов Г. Ароноффа, О. Баскина, С. Блэка, Д. Врага, Д. Доти, Д. Коттера, М. Менчера, Ф. Сейтэка и др.

Анализ PR, как инварианта массовой коммуникации в контексте современной динамики культуры и роли масс-медиа, как канала для управления социальным взаимодействием, проведен в трудах таких

исследователей, как В. Беньямин, О.А. Бузарина, А. Гидденс, Л.М. Землянова, Г.С. Кнабе, В.П. Конецкая, П. Лазарсфельд, Г. Лассвелл, М. Маклюэн, Д. Мак-Куэйл, Ч.Р. Миллс, Д. Мейнард, Р. Мертон, Э.А. Орлова, Г.Г. Почепцов, К.Э. Разлогов, В.А. Соколов, В.П. Терин, Дж. Уоллакотт, Ю. Хабермас, Г. Шиллер и др.

Основные коммуникационные технологии, в том числе избирательные, методы осуществления связей с общественностью представлены в работах И.В. Алешиной, И.Л. Викентьева, Л.Б. Невзлина, Г.Г. Почепцова и др.

Для нашего исследования особое значение имеют труды Ю.П. Азарова, М.А. Ариарского, И.М. Быховской, С.Н. Иконниковой, М.С. Кагана, А.С. Каргина, Ю. Д. Красильникова, Е.Л. Кудриной, Н.В. Кузьминой, В.Е. Новаторова, Э.А. Орловой, К.Э. Разлогова, В.М. Рябкова, В. А. Слостенина, Э.В. Соколова, Ю.А. Стрельцова, В.Я. Суртаева, В.Е. Триодина, В.В. Туева, Г.Л. Тульчинского и других ученых, занимающихся теорией и технологией социально-культурной и культурно-досуговой деятельности, которые позволяют раскрыть особенности функционирования учреждений культуры и выявить требования к специалисту данного профиля.

В теории СКД связи с общественностью рассматриваются как одна из важных коммуникативных технологий, оказывающих управляемое влияние на процессы инкультурации, аккультурации и социализации в сфере досуга. Это работы В.И. Бутова, Е.И. Григорьевой, Л.С. Жарковой, А.Д. Жаркова, Е.Л. Кудриной, Ю.Д. Красильникова, И.А. Липского, Н.А. Паршикова, В.С. Садовской, Ю.А. Стрельцова, В.В. Туева, Е.В. Утина, В.М. Чижикова, В.В. Чижикова, Н.Н. Ярошенко и др.

Несмотря на столь представительный перечень работ, затрагивающих различные аспекты проблемы, вопросы оптимизации связей с общественностью учреждений культуры в педагогической науке не получили достаточно глубокого теоретического обоснования.

Следует констатировать, что организационно-педагогические условия оптимизации собственно технологических процессов связей с общественностью учреждений культуры пока еще не стали предметом специального научного исследования, а возможности PR-технологий изучены довольно фрагментарно.

Исследования автора и многолетний опыт практической работы в сфере связей с общественностью позволили выявить противоречия между:

- социально значимыми стимулами развития связей с общественностью в России и недостаточной разработкой и оптимизацией технологических процессов связей с общественностью учреждений культуры;

- общественной потребностью в повышении имиджа учреждений культуры и реальным состоянием этого процесса в малых городах;

- необходимостью внедрения связей с общественностью в деятельность учреждений культуры и недостаточной разработанностью организационно-педагогических условий оптимизации этого процесса;

- наличием развитой информационной технологии, позволяющей создавать культурную информацию, и отсутствием коммуникативной технологии в учреждениях культуры, позволяющей на основе этой информации строить устойчивые социальные связи;

- необходимостью совершенствования PR-технологий и недостаточной апробацией их в деятельности учреждений культуры малых городов.

Потребность решения выдвинутой проблемы обусловила выбор **темы исследования**: «Организационно-педагогические условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов».

Объект исследования – технологический процесс связей с общественностью учреждений культуры малых городов.

Предмет исследования – организационно-педагогические условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов, как организационно-педагогическая система.

Цель исследования – определить совокупность организационно-педагогических условий оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов и на их основе осуществить практическую разработку педагогической модели связей с общественностью и внедрение ее в учреждения культуры.

Цель, объект и предмет определили **задачи исследования**:

- изучить генезис и развитие связей с общественностью, становление условий их оптимизации в развитых государствах в разные исторические эпохи;

- рассмотреть дефиниции понятия «связи с общественностью» с точки зрения деятельностного подхода в педагогике;

- обосновать и раскрыть совокупность организационно-педагогических условий, оптимизирующих связи с общественностью учреждений культуры малых городов, ее внутренние ресурсы, адаптацию к рыночным условиям;

- выявить специфику технологического функционирования системы связей с общественностью в деятельности учреждений культуры малых городов;

- разработать и экспериментально апробировать организационно-педагогическую модель связей с общественностью учреждений культуры малых городов, исследовать ее реализацию в практической деятельности.

Анализ литературы и содержащихся в ней вопросов позволил в качестве **гипотезы диссертационного исследования** выдвинуть следующее предположение о том, что оптимизация технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов будет наиболее эффективна, если:

- спроектирована организационно-педагогическая модель связей с общественностью учреждений культуры;

- создана служба по связям с общественностью со следующими основными функциями: формирование позитивного имиджа и общественного мнения, установление и поддержка связей со СМИ, подготовка и проведение социально-культурных акций и презентаций деятельности учреждений культуры;

- разработана система организационно-педагогических условий для оптимизации коммуникативных процессов и внедрения PR-технологий в деятельность учреждений культуры малого города на основе выстраивания внутрикорпоративных отношений и позиционирования себя во внешней среде, выбора каналов коммуникации, изучения вопросов корпоративной культуры.

Методологической основой исследования послужили концепции В.П. Беспалько, П.П. Блонского, А.Н. Леонтьева, В.А. Сухомлинского, К.Д. Ушинского, рассматривавших педагогику комплексно как науку, искусство и технологию; положения личностно-ориентированного (А. Маслоу, К. Роджерс, Г.М. Коджаспирова, И.А. Липский), личностно-деятельностного (Б.Г. Ананьев, Л.С.Выготский, П.Я. Гальперин, М.С. Каган) подходов; концепции о взаимосвязи обучения и воспитания (Л.С. Зорилова, А.Г. Казакова, В.В. Краевский, В.С. Садовская, В.А. Сластенин).

В диссертации использовались общенаучные, частнонаучные теории и концепции, касающиеся PR-деятельности (С. Блэк, М.А. Шишкина, Г.Г. Почепцов, А.Н. Чумиков, Д. Траут, Ф. Котлер и др.)

Разработка проблематики исследования осуществлялась на основе научной концепции профессора А.Д. Жаркова о ценностно-ориентированном, активно-деятельностном подходе к целостному технологическому процессу в учреждениях культуры, о сущности и основных элементах технологии культурно-досуговой деятельности, о специфике управления восприятием аудиторией различных типов программ.

Диссертационная работа базируется на комплексном подходе к предмету исследования, так как деятельность учреждений культуры рассматривается как сложная структура, в которой творческие и организационно-педагогические аспекты находятся в неразрывном единстве.

Методы исследования. В соответствии с целью и задачами исследования был сформирован и использован комплекс теоретических и эмпирических методов, отражающий междисциплинарный и многоплановый характер рассматриваемых явлений:

- *теоретические*, сочетающие системный, проблемно-логический и технологический подходы; исторический подход к изучению объекта исследования, обеспечивший выявление объективных предпосылок появления связей с общественностью и выделение основных этапов их развития; информационно-целевой анализ педагогических работ, источников по связям с общественностью, социологической литературы по проблеме исследования; метод моделирования, направленный на разработку организационно-педагогической модели связей с общественностью учреждений культуры;

- *эмпирические*, включающие комплекс социологических методов: анкетирование, опрос, беседа, наблюдение, использованные для сбора и анализа эмпирического материала; методы систематизации и презентации данных, опытно-экспериментальная работа.

Опытно-экспериментальной базой исследования являются кафедра режиссуры театрализованных представлений и праздников, кафедра социально-культурной деятельности, институт дополнительного профессионального образования Кемеровского государственного университета культуры и искусств (КемГУКИ); управление культуры г. Кемерово, г. Белово, Гурьевского, Ленинск-

Кузнецкого и Крапивинского районов Кемеровской области, научно-методические центры работников культуры и искусств Кемеровской области и Красноярского края.

Организация исследования. Исследование осуществлялось с 2002 по 2008 год. В нем принимали участие руководители и специалисты учреждений культуры Кемеровской области, Красноярского края, использован личный опыт работы соискателя в вузе культуры и искусств и учреждениях культуры.

Исследование проводилось в 4 этапа:

На 1 этапе (2000–2002) изучалось состояние проблемы в теории и практике: проанализирована философская, психологическая, педагогическая, научно-методическая, экономическая и другая литература. Происходило осмысление проблемы, определялись цели и задачи, объект, предмет и гипотеза исследования, формировался его инструментарий. Осуществлялся сбор информации о ходе реформы в образовательной и социально-культурной сферах, изучался опыт работы по внедрению связей с общественностью в образовательную и социальную сферы. Намечались условия проведения социально-педагогического эксперимента. Была составлена программа констатирующего и формирующего эксперимента, определялись формы, методы и сроки его проведения, обобщались результаты изучения проблемы в современных условиях.

2 этап (2003–2004) был посвящен разработке методики формирования связей с общественностью учреждений культуры и образования, характеризовался началом опытно-экспериментальной работы на базе Управления культуры г. Белово, Гурьевского, Ленинск-Кузнецкого и Крапивинского районов Кемеровской области, г. Кемерово и Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет культуры и искусств» (далее КемГУКИ) по разработке и внедрению в их деятельность PR-технологий. Давалось научное обоснование, проводились разработка и апробация педагогических и PR-технологий и методик, диагностика, сопоставление данных констатирующего и формирующего экспериментов.

3 этап (2005–2006). На данном этапе к опытно-экспериментальной работе были подключены Дворцы и Дома культуры г. Кемерово и ряда других городов и районов Кемеровской области и Красноярского края, осуществлялись анализ и обработка результатов опытно-

экспериментальной работы. Была разработана и внедрена в деятельность кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников Кемеровского государственного университета культуры и искусств и учреждений культуры г. Кемерово и Кемеровской области авторская программа подготовки специалистов по связям с общественностью, разработанная на основе методик преподавателей МГУКИ (Л.С. Жарковой, Ю.Д. Красильникова, Г.Я. Никитиной, В.С. Садовской, Ю.А. Стрельцова, Н.Н. Ярошенко).

На 4 этапе (2007–2008) – обобщение и систематизация эмпирических данных, результатов опытно-экспериментальной работы, теоретического анализа проблемы оптимизации связей с общественностью учреждений культуры. Оформление результатов диссертационного исследования в виде текстов диссертации и автореферата.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- обосновано, что оптимизация технологических процессов связей с общественностью является необходимым условием функционирования учреждений культуры малых городов в современном информационном обществе;

- предложено новое понятие «арт-PR» как совокупность PR-технологий, организуемых и проводимых средствами режиссуры по законам драматургии и направленных на оптимизацию связей с общественностью учреждений культуры малых городов;

- научно обосновано, что оптимизация технологического процесса связей с общественностью в разные исторические периоды происходила за счет выработки и внедрения приемов воздействия на общественное мнение, умения влиять на волю и поведение людей, побуждать их к активной деятельности с помощью эффективного использования системы социально-психологических механизмов формирования сознания индивида (убеждение, пример, подражание, заражение, рекомендация, принуждение и т.д.), приемов коммуникации (пропаганда, реклама), методов психологического воздействия (внушение, манипуляция, зомбирование и т.д.);

- определена многозначность понятия «связи с общественностью» через рассмотрение его объема и содержания, уточнены их сущность и содержание в деятельности учреждений культуры как педагогическом процессе;

- выделены субъекты PR-технологий учреждений культуры малых городов: внешние целевые группы общественности (органы власти,

профессиональные ассоциации и союзы, общественные организации, профильные образовательные учреждения, спонсоры, потребители услуг, СМИ) и внутренние целевые группы общественности (трудовой коллектив учреждения, участники творческих коллективов, потребители услуг данного учреждения культуры, родители, потенциальные участники и зрители творческих проектов учреждения культуры);

- определена структура технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов: создание информационный повода или системы специальных событий; разработка системы модулей, включающих цель, содержание, формы, методы и средства коммуникации; конечный результат – PR-акция или PR-кампания, направленные на определенные целевые аудитории и формирующие положительный имидж учреждений культуры в социуме.

- выявлены организационно-педагогические условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью: создание демократического информационного пространства, где позиционируется гуманистическая направленность социально-культурной деятельности и ценностно-нравственный уровень педагогического воздействия на субъекты PR-технологий; анализ уровня досуговых интересов и предпочтений, формирование мотиваций и актуализация потребности в деятельности учреждений культуры; формирование положительного имиджа сотрудников учреждений культуры, создающих, сохраняющих и транслирующих духовно-нравственные ценности, традиции, нормы и образцы поведения на основе потребностей, мотивов, целей и средств достижения результатов;

- научно обоснованы функции и характеристики служб по связям с общественностью в учреждениях культуры малых городов и на этой основе теоретически спроектирована и внедрена организационно-педагогическая модель оптимизации связей с общественностью учреждений культуры малых городов, содержащая набор необходимых базовых компонентов.

Теоретическая значимость исследования состоит в разработке теоретических и методологических основ связей с общественностью в учреждениях культуры; в определении специфики системы связей с общественностью в развитии организационно-педагогических условий; в разработке алгоритма функционирования служб по связям

с общественностью в учреждениях культуры малых городов; в определении способов и приемов формирования позитивного общественного мнения об их деятельности. Внедрение результатов исследования позволит оптимизировать процесс внедрения новых PR-технологий в деятельность учреждений культуры.

В исследовании рассмотрено понятие «связи с общественностью» как постоянно развивающаяся и имеющая разнообразие описаний система, характеризующаяся возникновением или доминированием различных тенденций в определенные исторические периоды у отдельных групп исследователей и у практиков. Именно с этой позиции рассматривался ряд дефиниций связей с общественностью, что позволило выделить методологические подходы (нормативный и аналитический) и их содержание в определении феномена связей с общественностью. С целью выявления основных значений полисемичного понятия «связи с общественностью» предлагаемые методологические подходы дополнены категориальным анализом. В качестве объектов анализа были взяты определения (дефиниции), в структуре которых, как принято в логике, выделяется определяемое (дефиниендум) и определяющее (дефиниенс).

Формализована процедура анализа определений на основе методики проведения категорийного и лексико-семантического анализа дефиниций понятия, что позволило выделить ключевые аспекты термина; сопоставить их значение; установить общие, часто упоминаемые признаки термина; осуществить конструирование рабочего определения понятия «связи с общественностью».

Практическая значимость исследования заключается в том, что для реализации разработанной организационно-педагогической модели предложен ряд форм работы с целевыми группами общественности. Описаны средства связей с общественностью в узких областях: паблисити, публикации, мероприятия. Обоснованы направления деятельности по адаптации некоторых технологий, методов и стратегий к сфере культуры.

Обосновано внедрение в деятельность учреждений культуры PR-технологий (teasing, follow up, co-branding, событийная коммуникация) и на их основе введено новое понятие «арт-PR». «Арт-PR» – совокупность данных технологий, организуемых и проводимых средствами режиссуры по законам драматургии и направленных на оптимизацию связей с общественностью учреждений культуры.

Результаты исследования могут быть внедрены не только в деятельность конкретных учреждений культуры, но и способствовать разработке рекомендаций по внедрению PR-технологий в деятельность учебных заведений высшего профессионального образования всех форм собственности, включая систему дополнительного профессионального образования, готовящих режиссерские кадры для данной сферы.

Материалы диссертации могут найти применение в системе высшего профессионального образования для совершенствования учебных курсов по «связям с общественностью»; использоваться преподавателями, студентами и аспирантами в ходе научно-исследовательской работы.

Достоверность исследования обеспечена методологической обоснованностью теоретических положений, применением методов, адекватных предмету, цели и логике исследования, положительными результатами внедрения разработанной автором организационно-педагогической модели связей с общественностью в учреждения культуры, успешной апробацией разработанных критериев и показателей оптимизации связей с общественностью и успешным формированием имиджа, укреплением авторитета и репутации учреждений культуры.

Апробация исследования и внедрение его результатов в практику проводились по ряду направлений:

1. Педагогическая деятельность автора диссертационного исследования в качестве преподавателя и начальника отдела по связям с общественностью и СМИ Кемеровского государственного университета культуры и искусств.

2. Участие автора диссертационного исследования в областных, районных и городских семинарах, совещаниях, региональных, областных и всероссийских конференциях, «круглых столах» с целью привлечения внимания работников системы образования и культуры к проблемам формирования позитивного имиджа учреждений культуры и учреждений высшего профессионального образования в современных рыночных условиях.

3. Личное исследование проблем становления и развития PR-технологий в сфере культуры и образования в виде докладов и выступлений:

- на ежегодных научно-практических конференциях аспирантов и соискателей Федерального государственного образовательного

учреждения высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет культуры и искусств»;

- на всероссийской научно-практической конференции «Культурология» 16–17 февраля 2007 года (г. Кемерово).

4. Разработка методических рекомендаций по внедрению PR-технологий в деятельность учреждений культуры.

5. Чтение спецкурса «Современные PR-технологии» для студентов специальности «Режиссура театрализованных представлений и праздников» и слушателей курсов повышения квалификации работников культуры и искусства Кемеровской области и Красноярского края на основе разработанной авторской программы и ее методического сопровождения.

6. Публикация основных результатов диссертационного исследования в 10 статьях в сборниках научных трудов, в которых наряду с теоретическими изысканиями предложен экспериментально обоснованный алгоритм внедрения PR-технологий в сферу культуры, модель службы и функции специалиста по связям с общественностью в образовательном учреждении и учреждении культуры.

Положения, выносимые на защиту:

1. В связи с изменившимися социальными и экономическими условиями, вхождением России в мировое информационное пространство оптимизация технологических процессов связей с общественностью является необходимым условием функционирования учреждений культуры малых городов в современном информационном обществе.

Использование зарубежного и отечественного опыта оптимизации технологического процесса связей с общественностью позволит не только значительно повысить популярность учреждений культуры малых городов, но и эффективность их деятельности в условиях коммерциализации, интенсификации платных форм культурного обслуживания, механизмов самокупаемости, материальной дифференциации населения и роста коммерческих учреждений, организаций и фирм, имеющих солидную материально-техническую базу для удовлетворения рекреационных, коммуникативных и других потребностей человека.

2. Содержание технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов, обусловлено объективными процессами информатизации общества и ее ролью в управленческом процессе. Элементы технологического

процесса: а) создание информационного повода или системы специальных событий; б) разработка системы модулей, включающих цель, содержание, формы, методы и средства коммуникации; в) конечный результат – PR-акция или PR-кампания, направленные на определенные целевые аудитории и формирующая положительный имидж учреждений культуры в социуме.

3. Технологический процесс функционирования связей с общественностью учреждений культуры предполагает: а) анализ и постановку задачи (изучение нормативных документов, анализ рынка образовательных и творческих услуг, общественного мнения внутренней и внешней среды, общей и специализированной прессы, PR-деятельности учреждения культуры в СМИ, на выставках, на конференциях); б) разработку PR-программы (определение целевых аудиторий, планирование и подготовку организационных программ и бюджета); в) осуществление PR – программы и оценку ее эффективности.

4. Организационно-педагогическими условиями оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью являются: анализ уровня досуговых интересов и предпочтений, формирование мотиваций и актуализация потребности в деятельности учреждений культуры; создание демократического информационного пространства, где позиционируется гуманистическая направленность деятельности учреждений культуры и ценностно-ориентированный уровень педагогического воздействия на субъекты PR-технологий; стимулирование деятельности педагогических кадров учреждений культуры с целью формирования положительного имиджа сотрудников учреждений культуры, не только осуществляющие свою деятельность в этой среде, но и одновременно сами являющиеся носителями и производителями культуры: создающие, сохраняющие и транслирующие духовно-нравственные ценности, традиции, нормы и образцы поведения на основе потребностей, мотивов, целей и средств достижения результатов.

5. Разработка структуры организационно-педагогической модели оптимизации связей с общественностью учреждений культуры малых городов возможна при ценностно-ориентированном, активно-деятельностном подходе к технологическому процессу в учреждениях культуры. В организацию и проведение PR-кампаний положены ведущие дидактические принципы, актуальные для социально-

культурной деятельности: полнота и целостность, последовательность, системность, гуманизм.

6. Спроектированная организационно-педагогическая модель связей с общественностью позволяет оптимизировать технологический процесс функционирования связей с общественностью учреждений культуры малого города с целью формирования их нового положительного имиджа и повышения авторитета в жизнедеятельности социума.

Источниковедческую базу исследования составили нормативно-правовые документы, связанные со сферой культуры и сферой PR, научные публикации, справочные и информационные издания, статистические данные и др.

Нормативно-правовые документы, использованные в диссертации, включают официальные документы, исходящие от государственных и правительственных органов (законы, указы, постановления, приказы, распоряжения, рекомендательные письма и др.). Теоретическую основу анализа и осмысления рассматриваемых в диссертационном исследовании проблем составили научные публикации историков, культурологов, социологов и специалистов в области связей с общественностью, исследователей в области философии, культурологии, педагогики, социально-культурной деятельности.

В диссертационном исследовании проанализированы результаты докторских и кандидатских диссертаций, научные монографии, статьи научных сборников, периодических и продолжающихся изданий, материалы научных конференций и семинаров по проблемам философии, истории, культурологии, социологии, педагогики, социально-культурной деятельности, связей с общественностью.

Структура и объем работы определились целью, задачами и использованными методами исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих 6 параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность проблемы, освещается степень ее научной разработанности, охарактеризованы цель, задачи исследования, определены его объект, предмет, методы и этапы реализации гипотезы, показаны научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования, сформулированы положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Теоретические основы функционирования технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов»** предпринята попытка исследования связей с общественностью как педагогического феномена. Рассматриваются основные тенденции и объективные предпосылки появления связей с общественностью, история их становления и развития, анализируется материал, определяющий объем и содержание многозначного понятия «связи с общественностью», проанализирована специфика PR-технологий, сущность и основные элементы технологии деятельности учреждений культуры

В первом параграфе первой главы **«Историко-педагогический анализ связей с общественностью в современном социуме»** констатируется, что в современных условиях сфера социального влияния приобретает особое значение, а ее организующей силой становится система общественных связей, которая в целом выступает в качестве процесса социальной коммуникации, как необходимый элемент социального взаимодействия и общественного регулирования. Учет общественного мнения, умение воздействовать на него, гармонизировать общественные отношения становятся важнейшими компонентами, слагаемыми успеха управленческой деятельности. Вследствие этого связи с общественностью, имевшие в прошлом автономное и узкоспецифическое значение, начинают неуклонно приобретать универсальное значение.

Рассмотрены обусловленные законами, традициями и потребностями общества исторические аспекты появления, становления и развития феномена «связи с общественностью», их эволюция в современном социуме, технологии воздействия на массовое сознание и общественное мнение для достижения эффективного господства в различных сферах духовной и светской жизни.

Выяснено, что факторами, давшими в разные исторические эпохи мощный импульс развитию системы связей с общественностью, становились экономические, политические и социально-культурные. Например: индустриализация, переход к массовому производству, интенсивная урбанизация общества, развитие транспорта, средств связи и массовой коммуникации, формирование национального рынка и становление массовой прессы, способной оперативно распространять информацию в масштабах страны.

Но на любом историческом этапе развития общества основным условием оптимизации связей с общественностью становились разработка, создание и внедрение технологий воздействия на общественное мнение.

Второй параграф первой главы *«Понятие “связи с общественностью” учреждений культуры малых городов»* включает анализ имеющихся в современной литературе дефиниций «связи с общественностью» и выявление крайней многозначности (полисемичности) данного понятия. Систематизация и обобщение полученных данных позволили выделить основные смысловые значения, с помощью которых в литературе раскрывается содержание понятия «связи с общественностью».

Выявлено, что связи с общественностью выступают не только в качестве специальной системы управления людьми, в рамках которой распространяется готовая информационная продукция средствами коммуникации и преследуется цель целенаправленного формирования желаемого общественного мнения (традиционное понимание). В современных условиях эти возможности значительно расширились, включая в себя управление финансовыми потоками, производственными процессами, торговлей и рисками. Вследствие этого связи с общественностью стали рассматриваться не через специфику этой деятельности или отрасли, а как профессиональный менеджмент, который имеет свое теоретическое обоснование, подчиняется общим законам, реализует универсальные для процессов управления методики и принципы, иными словами, представляет собой систему, форму организации деятельности.

Связи с общественностью в деятельности учреждений культуры определяются различными направлениями и специализациями: связи со СМИ, государственными структурами, с местным сообществом и с инвесторами, корпоративные коммуникации, лоббистская деятельность, избирательные технологии, финансовый и кризисный PR.

Указывается, что деятельность специалиста учреждения культуры по связям с общественностью представляет собой системный процесс, который характеризуется не только целостным единством управленческих операций, но и последовательной реализацией различных этапов самого коммуникационного процесса, подчиняющегося определенным закономерностям.

В третьем параграфе первой главы **«Специфика функционирования технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов»** рассматриваются вопросы, суть которых заключается в том, что в современном обществе, особенно на переходе в постиндустриальную (информационную) стадию развития, когда в осуществлении широкомасштабных проектов, планов, программ в сферах политической, экономической, социальной и культурной жизни участвуют большие массы населения, учет общественного мнения, умение воздействовать на него, гармонизировать общественные отношения становятся важнейшими факторами оптимизации всякой управленческой деятельности, в том числе и в учреждениях культуры.

В связи с этим отмечается, что функции связей с общественностью и функции социально-культурной деятельности имеют две основные точки соприкосновения: осуществление коммуникации в социуме и управление процессами. Подчеркивается, что специфика функционирования технологического процесса связей с общественностью в деятельности учреждений культуры, состоит в том, чтобы обеспечивать синхронность и сложность континуума.

Практически все теоретики социально-культурной деятельности в той или иной мере используют в своих исследованиях термин «связи с общественностью» или отдельные составляющие этого определения, рассматривая его в качестве одной из важнейших коммуникативных технологий, оказывающих управляемое социально-педагогическое влияние на процессы социализации, аккультурации и инкультурации человека в сфере досуга.

Поэтому важным организационно-педагогическим условием оптимизации связей с общественностью учреждений культуры является процесс общения, процесс формирования общественного мнения в определенных социальных группах. В учреждениях культуры малых городов необходимы специалисты, обладающие знаниями о состоянии общественного мнения, механизмах его формирования для того, чтобы совершенствовать педагогическую организацию этой сферы, исключать из нее элементы случайности, сократить затраты времени и рациональнее использовать материальные, финансовые, кадровые ресурсы, тем самым оптимизируя технологический процесс связей с общественностью.

Во второй главе **«Организационно-педагогические условия оптимизации технологического процесса функционирования**

связей с общественностью учреждений культуры малых городов» рассматриваются PR-технологии и их субъекты в контексте учреждений культуры и теоретические основания разработки организационно-педагогической модели связей с общественностью в социально-культурной деятельности учреждений культуры малых городов.

В первом параграфе второй главы *«Организационные условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов»* отмечаются особенности современного социально-культурного развития, которые определяют необходимость использования в социально-культурной сфере связей с общественностью, выступающих в роли посредника между учреждениями культуры и общественностью.

Связи с общественностью в деятельности учреждений культуры имеют свои организационные и педагогические основы, реализуемые посредством определенных технологических схем (модульные технологии), в которых разрабатываются наиболее эффективные методы использования PR-инструментария. Построение системных модулей является современной основой PR-деятельности учреждений культуры в связи с принципиальными изменениями за последние годы сферы связей с общественностью и модификацией ее технологий.

Диссертантом разработана и внедрена следующая структура технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов: создание информационного повода или системы специальных событий; разработка системы модулей, включающих: цель, содержание, формы, методы, средства коммуникации; организация и проведение PR-кампаний или PR-акций, направленных на определенные целевые аудитории и формирующие положительный имидж учреждений культуры в социуме.

В ходе эксперимента были апробированы следующие организационные этапы технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры (модули общего плана):

- анализ и постановка задачи (изучение нормативных документов, проведение анализа рынка образовательных и творческих услуг, проведение «полевых исследований», анализ общественного мнения, мотиваций и установок внутренней и внешней среды, анализ общей и специализированной прессы, анализ PR-деятельности учреждения культуры в СМИ, на выставках, на конференциях и т.д.);

- разработка PR-кампании и сметы (определение целевых аудиторий, планирование и разработка организационных мероприятий, выбор средств коммуникации, определение масштаба деятельности учреждения культуры и времени проведения PR-кампании, разработка бюджета PR-кампании);

- осуществление PR-кампании (проведение ряда PR-акций, презентаций и других мероприятий информационно-коммуникативными средствами, с использованием приемов режиссуры по законам драматургии);

- оценка эффективности PR-кампании (выбор методов и способов оценки эффективности PR-кампании).

Для реализации PR-проектов общероссийского и международного значения предложена следующая последовательность формирования модулей: актуальность проекта; комплект базовых материалов; набор идентификационных признаков (фирменный стиль); блок информационной поддержки; презентация; информационный модуль на выставке; инициирование внимания значимых государственных и общественных деятелей; пресс-конференция, пресс-тур, «круглый стол»; кульминационное действие.

Во втором параграфе второй главы *«Педагогические условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов»* обосновывается мысль о том, что эффективное функционирование учреждения культуры в условиях рыночной экономики и соответствие его социально-культурной деятельности задач менеджмента должны осуществляться на продуманной стратегической основе.

Особо подчеркивается, что связи с общественностью следует рассматривать не как инструмент создания односторонней коммуникации (паблисити) с общественностью, а как процесс диалога и достижения компромисса с общественностью, как новый подход к налаживанию плодотворных отношений со стратегически ключевыми социальными группами.

Учреждения культуры не только осуществляют свою деятельность в социуме, но и одновременно сами являются носителями и производителями культуры. Поэтому при разработке педагогических условий оптимизации технологического процесса связей с общественностью учитывалось, что учреждение культуры, как социальный институт, включает в себя ряд компонентов, главные из которых:

- внутренне отлаженная система функций, закрепленных предписаниями (нормы, уставы), оправдывающими данный институт и соотносящими его с другими сферами;
- материальные средства (здания, финансы, оборудование), обеспечивающие деятельность данного института;
- носители (кадры), вербуемые в соответствии с принципами, соотнесенными с целями данного института.

Педагогическими условиями оптимизации технологического процесса связей с общественностью являются: а) анализ уровня досуговых интересов и предпочтений, формирование мотиваций и актуализация потребности в деятельности учреждений культуры; б) создание демократического информационного пространства, где позиционируется гуманистическая направленность деятельности учреждений культуры и ценностно-нравственный уровень педагогического воздействия на субъекты PR-технологий; в) стимулирование деятельности педагогических кадров учреждений культуры с целью формирования положительного имиджа сотрудников, создающих, сохраняющих и транслирующих духовно-нравственные ценности, традиции, нормы и образцы поведения на основе потребностей, мотивов, целей и средств достижения результатов.

Проведенное нами исследование показало, что создание демократического информационного пространства, направленного на формирование духовно-нравственных ценностей личности, ее эстетического и интеллектуального потенциала возможно через пропаганду взаимосогласованных интересов личности и общества.

А обеспечение позитивного привлекательного имиджа (образа) творческих услуг, которые репродуцирует коллектив учреждения культуры, происходит при условии оптимизации связей с общественностью. В качестве основных детерминант положительного имиджа учреждения культуры выделены: деловая репутация или добросовестность (соблюдение этических норм) в осуществлении платных услуг, надежность, лояльность учреждения культуры к партнерам, информационная открытость.

Связи с общественностью выступают не только посредником между субъектами управления и объектом управления, но и источником адекватной информации граждан о различных социокультурных явлениях в виде события или проблемы, ареной свободного обмена

мнениями среди граждан и формирования независимого общественного мнения.

В качестве субъектов PR-технологий учреждения культуры выступают внешние и внутренние целевые группы общественности.

К внешним целевым группам относятся органы власти, профессиональные ассоциации и союзы, деловые партнеры (бизнес-партнеры), общественные организации, учреждения культуры, профильные образовательные учреждения, спонсоры, потребители услуг, СМИ. Внутренние целевые группы включают трудовой коллектив учреждения, участников творческих коллективов, потребителей услуг данного учреждения культуры, родителей, потенциальных участников и зрителей творческих проектов учреждения культуры.

Определены формы и методы PR-деятельности с выделенными целевыми группами: пресс-релизы, статьи, интервью, рекламные объявления в рейтинговых деловых и профессиональных СМИ, теле- и радиоматериалы, имиджевые презентации, видеоролики, фильмы, фотоматериалы, спонсорство, благотворительность, сотрудничество с учебными заведениями и организациями и др.

Роль и место связей с общественностью учреждений культуры определяются их двумя взаимосвязанными функциями – организаторской и информационной. Имея свои особенности, институт связей с общественностью решает единые с другими социально-культурными институтами задачи – активно участвует в создании необходимых условий для полноценного отдыха, творчества, просвещения.

Третий параграф второй главы *«Формирование оптимальной организационно-педагогической модели функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов»* содержит научное обоснование разработанной организационно-педагогической модели. В нем подчеркивается необходимость целенаправленного внедрения PR-технологий в их деятельность. Отмечается, что механизмы функционирования технологий связей с общественностью в области культурных и социальных отношений имеют свою специфику, которая обуславливается как самим характером работы учреждений культуры и социального сервиса, критериями эффективности работы этих организаций, так и внешними и внутренними социально-культурными отношениями в обществе.

В ходе эксперимента были проведены опросы руководителей и специалистов отделов культуры Ленинск-Кузнецкого и Гурьевского районов, г. Кемерово и г. Белово Кемеровской области для выявления мотивации внедрения PR-технологий в деятельность учреждений культуры.

Проведенные автором исследования позволяют последить в динамике актуальность оптимизации технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов.

Автором дается подробное описание эксперимента по исследованию технологических процессов связей с общественностью учреждений культуры. На основе анализа результатов исследования предлагается организационно-педагогическая модель оптимизации связей с общественностью учреждений культуры г. Белово.

В ходе исследовательских процедур она была детализирована, уточнены структурно-функциональные аспекты модели создания организационно-педагогических условий оптимизации технологических процессов связей с общественностью учреждений культуры малых городов, разработана методика ее практической реализации. Анализ результатов эксперимента по оптимизации технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры г. Белово показал высокую результативность предложенной организационно-педагогической модели.

В **заключении** подведены итоги исследования, сформулированы основные выводы, подтверждающие гипотезу и дополняющие положения, выносимые на защиту.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих публикациях:

Публикации в изданиях, включенных в реестр ВАК МОиН РФ:

1. Черняк Е.Ф. Организационно-педагогические условия оптимизации технологического процесса связей с общественностью учреждений культуры малых городов [Текст] // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2009. - № 1. - С. 69-73.
2. Черняк Е.Ф. Формирование имиджа вузов культуры и искусств [Текст] // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2006. - № 3. - С. 71-74.

Другие публикации по теме диссертационного исследования:

3. Черняк Е.Ф. Проблемы внедрения PR-технологий в социокультурную сферу [Текст] // Гуманитарные и социально-

экономические науки в начале 21 века: материалы первой всероссийской научной конференции. – Н. Новгород: МВВО АТН РФ, 2004. – С. 11–13.

4. *Черняк Е.Ф.* PR-технологии организации и проведения фестивальных проектов [Текст] // Актуальные проблемы социокультурных исследований / Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств. – Кемерово: КемГУКИ, 2006. – С. 424–428.

5. *Черняк Е.Ф.* Внедрение PR-технологий в деятельность учреждений культуры [Текст] // Интеграция научно-методической работы и системы повышения квалификации кадров: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. – Челябинск: Образование, 2006. – С. 209–211.

6. *Черняк Е.Ф.* Современные PR-технологии вузов культуры и искусств [Текст] // Культура XXI века: материалы Всероссийской научной конференции / Самар. гос. академия культуры и искусств. – Самара, 2006. – С. 181–182.

7. *Черняк Е.Ф.* Использование модульных технологий в реализации творческих проектов [Текст] // Актуальные проблемы социокультурных исследований / Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств. – Кемерово: КемГУКИ, 2006. – Вып. 2. – С. 246–253.

8. *Черняк Е.Ф.* Внедрение PR-технологий в коммуникативное пространство социально-культурной деятельности [Текст] // Социально-культурная деятельность в образовательном пространстве / Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств. – Кемерово: КемГУКИ, 2007. – С. 301–305.

9. *Черняк Е.Ф.* Оптимизация связей с общественностью учреждений культуры [Текст]: Программа спец. курса по специальности 07.02.09. «Режиссура театрализованных представлений и праздников»/Сост. Черняк Е.Ф.- Кемерово: Кемеровск. гос. ин-т искусств и культуры, 2009.- С.17.

10. *Черняк Е.Ф.* Организационные условия оптимизации технологического процесса функционирования связей с общественностью учреждений культуры малых городов [Текст] // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств: журнал теоретических и прикладных исследований. – 2009. – № 7. – С. 57–67.

Подписано в печать 05.03.2009 г.

Объем 1,5 п.л. Тираж 100 экз.

Заказ № 20. Ротапринт МГУКИ.

Адрес университета и участка оперативной полиграфии:
141406 Московская область, г. Химки, ул. Библиотечная, 7